

Trà Bảo Tín: Hành trình hơn 60 năm gìn giữ tinh hoa trà Việt

16:05 05/05/2026

Từ một cơ sở sản xuất nhỏ tại vùng trà Bảo Lộc (Lâm Đồng), Trà Bảo Tín đã từng bước phát triển trở thành thương hiệu quen thuộc với nhiều thế hệ người tiêu dùng. Hơn 60 năm hình thành và phát triển, doanh nghiệp không chỉ giữ gìn phương pháp làm trà truyền thống mà còn thích ứng với xu hướng tiêu dùng hiện đại.



Trà Bảo Tín có lịch sử từ năm 1963, gắn liền với vùng nguyên liệu Bảo Lộc. Ảnh: Bảo Tín

Dấu ấn 20 năm “Hàng Việt Nam chất lượng cao”

Năm 2026, Trà Bảo Tín tiếp tục được vinh danh trong danh sách “Hàng Việt Nam chất lượng cao”, do người tiêu dùng bình chọn. Đây là năm thứ 20 liên tiếp doanh nghiệp đạt danh hiệu này, nằm trong số 581 doanh nghiệp tiêu biểu trên cả nước.



Đây là năm thứ 20 liên tiếp doanh nghiệp đạt danh hiệu “Hàng Việt Nam chất lượng cao”. Ảnh: Bảo Tín

Theo đại diện doanh nghiệp, danh hiệu không chỉ là sự ghi nhận về chất lượng sản phẩm mà còn phản ánh niềm tin bền vững của người tiêu dùng trong suốt nhiều năm qua.



Năm 2026, Trà Bảo Tín tiếp tục được vinh danh trong danh sách “Hàng Việt Nam chất lượng cao”. Ảnh: Bảo Tín

Khởi nguồn từ vùng đất trà Bảo Lộc

Trà Bảo Tín có lịch sử từ năm 1963, gắn liền với vùng nguyên liệu Bảo Lộc – nơi được xem là một trong những “thủ phủ” trà của Việt Nam. Trải qua nhiều giai đoạn phát triển, đặc biệt từ thập niên 1980–1990, thương hiệu dần trở nên quen thuộc với người dân địa phương thông qua các cửa hàng trà truyền thống.



Hơn 30 năm trước, doanh nghiệp chính thức được thành lập, đánh dấu bước chuyển mình từ sản xuất nhỏ lẻ sang xây dựng thương hiệu bài bản. Ảnh: Bảo Tín

Hơn 30 năm trước, doanh nghiệp chính thức được thành lập, đánh dấu bước chuyển mình từ sản xuất nhỏ lẻ sang xây dựng thương hiệu bài bản.

Giữ nghề truyền thống trong bối cảnh hiện đại

Một trong những yếu tố giúp Trà Bảo Tín duy trì vị thế là việc kiên định với phương pháp ướp hương trà truyền thống. Các sản phẩm trà xanh được kết hợp với hương thảo mộc tự nhiên, tạo nên đặc trưng về vị thanh, hậu ngọt và mùi thơm dịu.

Song song đó, doanh nghiệp cũng từng bước áp dụng quy trình sản xuất hiện đại nhằm kiểm soát chất lượng và đảm bảo tính ổn định của sản phẩm.

Định hướng sản phẩm phù hợp người tiêu dùng Việt

Hiện nay, Trà Bảo Tín phát triển nhiều dòng sản phẩm như trà lài, trà sen, trà dứa... hướng đến phân khúc người tiêu dùng phổ thông, với tiêu chí cân bằng giữa chất lượng và chi phí.



Sản phẩm của Trà Bảo Tín phù hợp với nhiều cách thưởng thức khác nhau. Ảnh: Bảo Tín

Doanh nghiệp cho biết toàn bộ sản phẩm đều sử dụng nguyên liệu tự nhiên, không chất bảo quản hay hương liệu tổng hợp, phù hợp với xu hướng tiêu dùng lành mạnh.

Nguồn nguyên liệu được tuyển chọn từ nhiều vùng trà nổi tiếng như Bảo Lộc, Thái Nguyên, Hà Giang, góp phần tạo nên sự đa dạng về hương vị.

Văn hóa thưởng trà trong đời sống hiện đại

Không chỉ tập trung vào sản phẩm, Trà Bảo Tín còn hướng đến việc duy trì văn hóa thưởng trà – một nét sinh hoạt quen thuộc của người Việt.



Màu xanh mát, hơi khói mỏng bay lên từ ấm đất nung có lẽ là mùi hương bình yên nhất mà nhiều người Việt từng ngửi. Ảnh: Bảo Tín

Theo ghi nhận, thói quen uống trà buổi sáng từng là một phần không thể thiếu trong nhiều gia đình, đặc biệt ở các thế hệ trước. Trong bối cảnh hiện đại, khi nhịp sống trở nên nhanh hơn, việc duy trì những thói quen này đang dần thay đổi.

Tuy vậy, nhiều ý kiến cho rằng, trà vẫn giữ vai trò như một “khoảng lặng”, giúp cân bằng tinh thần và tạo sự thư thái trong cuộc sống.

Đa dạng trải nghiệm người dùng

Sản phẩm của Trà Bảo Tín phù hợp với nhiều cách thưởng thức khác nhau. Khi pha nóng, trà mang hương thơm đậm, vị sâu; trong khi đó, trà đá lại tạo cảm giác thanh mát, dễ uống – phù hợp với điều kiện khí hậu nhiệt đới.



Tất cả đều gọi là "trà" - nhưng cách chế biến, cách pha và hương vị lại hoàn toàn khác nhau. Ảnh: Bảo Tín

Ngoài ra, các biến tấu như trà trái cây cũng được người tiêu dùng ưa chuộng, đặc biệt trong giới trẻ.

Định vị thương hiệu gắn với giá trị truyền thống

Trong suốt quá trình phát triển, Trà Bảo Tín vẫn duy trì triết lý “Đảm bảo – Uy tín” như một định hướng xuyên suốt. Doanh nghiệp đặt mục tiêu không chỉ cung cấp sản phẩm mà còn góp phần bảo tồn giá trị văn hóa trà Việt.



Mỗi người có một cách thưởng trà rất riêng - bởi mỗi loại trà đều mang trong mình một cá tính và hương vị đặc trưng. Ảnh: Bảo Tín

Trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh, việc giữ vững chất lượng và bản sắc truyền thống được xem là yếu tố then chốt giúp thương hiệu tiếp tục phát triển.

Có thể thấy, từ một cơ sở sản xuất địa phương, Trà Bảo Tín đã từng bước khẳng định vị thế trên thị trường bằng sự kết hợp giữa truyền thống và đổi mới. Hành trình hơn nửa thế kỷ của thương hiệu này phản ánh rõ nét câu chuyện phát triển của nhiều doanh nghiệp Việt trong lĩnh vực nông sản chế biến.

Hoàng Phương